



**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
PADA PRODUK MARNING
(Studi Kasus Usaha Onta Jaya Kudus)**

Diajukan oleh :

MUNAWAROH

NIM. 201111005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2015**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
PADA PRODUK MARNING
(Studi Kasus Usaha Onta Jaya Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2015

Mengetahui,
Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM
NIS. 0610702010101026

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, M
NIS. 0610702010101021

**RATNA YULIA WIJAYANTI, SE,
MM** NIS. 0610701000001168

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah (Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)
2. Allah tidak akan mengubah nasib kaum sebelum kaum itu sendiri yang akan mengubahnya (Al-Qur'an S. Ar Ra'ad ayat 11)

PERSEMBAHAN :

1. *Suamiku*
2. *Putraku*
3. *Teman-Teman*
4. *Almamater UMK*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS SIKAP KONSUMEN PADA PRODUK MARNING (Studi Kasus Usaha Onta Jaya Kudus)** dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelsaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, tiada keberuntungan yang sangat besar dalam hidup ini, kecuali orang yang tidak memiliki sandaran selain bersandar kepada Allah.
2. Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin penelitian
4. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM, selaku sebagai pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM selaku sebagai pembimbing II yang yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Pemilik Usaha Onta Jaya Kudus, yang telah memberikan ijin guna penyusunan skripsi penelitian ini.

8. Seluruh konsumen usaha Onta Jaya Kudus khususnya yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Ibu tercinta (Hj. Ngatiminah) dan Papah (H. Sujud) yang selalu mendoakanku tiada henti.
10. Kedua saudaraku, yaitu Inayah Spdi dan Ulul Albah .Ya Allah jadikan kami orang-orang yang bertaqwa.
11. Murabbiku kangmas Agus Sulistiyono, Zazakillah atas cintanya dan semangatnya.
12. Buah hati kami jagon sholeh "M. Hazimul Fikri" Qurrota a'yun (penyejuk jiwa) bagi bunda dan ayah
13. Keluarga besarku di desa Jepang Pakis.
14. Teman-teman seperjuangan MP II Manajemen ...semoga sukses selalu.
15. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Manajemen..terutama pada Pak Zein dan bu Ratna Dosen Pembimbingku terimakasih telah mengenalkanku pada ilmu-ilmu yang luar biasa dan mempesona.
16. Serta semua orang yang ada disekelilingku yang tidak dapat ditulis satu persatu, dengan hormat saya sampaikan rasa terima kasih yang mendalam.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien.

Kudus, Agustus 2015

Munawaroh

NIM. 2011.11.005

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN PADA PRODUK MARNING (Studi Kasus Usaha Onta Jaya Kudus)

MUNAWAROH
NIM. 201111005

Pembimbing 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM

2. Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM

Sikap merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian. Studi tentang sikap merupakan kunci untuk memahami perilaku pembelian. Dalam proses pengambilan keputusan, sikap merupakan salah satu dari dua variabel pemikiran dalam sisi psikologi seseorang konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis sikap konsumen antara keyakinan (harapan) dan evaluasi (kenyataan) kemasan, harga, kandungan gizi, rasa, dan promosi.

Objek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk marning pada usaha Onta Jaya Kudus. Variabel penelitian ini sikap konsumen ditinjau karakteristik responden yaitu faktor usia dan pekerjaan. Variabel yang dinilai yaitu kemasan, harga, kandungan gizi, rasa, dan promosi. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, sumber datanya berupa data primer yang merupakan hasil penyebaran angket dan data sekunder tentang gambaran mengenai produk marning pada usaha Onta Jaya Kudus. pengolahan datanya menggunakan skoring untuk mendapatkan data kuantitatif untuk dihitung dengan komputer program SPSS yang merupakan program komputer untuk statistik, dengan alasan agar hasil yang diperoleh lebih *valid* dalam menganalisis statistik uji kuesioner dengan validitas dan reliabilitas, serta analisis *chi-square* dan koefisien kontingensi.

Berdasarkan data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan hasil tanggapan responden, terbukti bahwa sikap konsumen mempunyai tanggapan/sikap yang positif terhadap kemasan, harga, kandungan gizi, rasa dan promosi pada produk marning pada usaha Onta Jaya keseluruhan berada pada kategori sangat baik.

Kata Kunci : Kemasan, harga, kandungan gizi, rasa, dan promosi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE ATTITUDE OF CONSUMERS ON PRODUCT MARNING (Business Case Study Of The Sacred Onta Kudus)

MUNAWAROH
NIM. 201111005

Supervisor 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
2. Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM

The attitude is an important component in the buying behavior. Study of attitude is the key to understanding the behavior of the purchase. In the decision-making process, the attitude was one of the two variables in a person's psychology sides thought consumers. This research aims to analyze the attitude of consumers between the confidence (expectation) and evaluation (reality) packaging, price, nutritional content, taste, and promotions.

The object of this research is the consumers who buy products on Camel marning Jaya. This consumer attitude research variables reviewed the characteristics of the respondents i.e. factors age and job. Variables assessed i.e. packaging, price, nutritional content, taste, and promotions. The collection of data using questionnaires, the source of the data in the form of primary data that is the result of the spread of the now and the secondary data about the product suiting marning on Onta Jaya Kudus. processing the data using skoring to get quantitative data to be calculated by computer program SPSS is a computer program for statistics, so that the results obtained are more valid in analyzing statistics with questionnaire test validity and reliability, as well as the chi-square analysis and contingency coefficients.

Based on the data and discussion that have been put forward, then it can be taken the conclusion the results of the response of the respondent, it is evident that the attitude of consumers have positive attitude/responses against the packaging, pricing, nutrient content, taste and promotions on products marning on Onta Jaya Kudus are on a very good category.

Keywords: Packaging, price, nutritional content, taste, and promotions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Sikap Konsumen	6
2.1.1. Pengertian Sikap Konsumen	6
2.1.2. Komponen Sikap	7
2.1.3. Sifat-Sifat Sikap	8
2.1.4. Karakteristik Sikap Konsumen	9

2.1.5. Penggunaan Sikap untuk Memperkirakan Perilaku Konsumen	10
2.1.6. Memahami Kebutuhan Konsumen	11
2.1.7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen..	16
2.2. Atribut Produk	25
2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.4. Kerangka Pemikiran	30
BAB. III. METODE PENELITIAN	30
3.1. Rancangan Penelitian	30
3.2. Variabel Penelitian	30
3.2.1. Macam Variabel.....	31
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.5. Pengumpulan Data	35
3.6. Pengolahan Data.....	36
3.7. Analisis Data	36
3.7.1. Analisis Deskriptif	36
3.7.2. Analisis Statistik	43
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.1.1. Profil Usaha Onta Jaya	44
4.1.2. Proses Pembuatan Marning pada Usaha Onta Jaya	

	Halaman
Kudus	44
4.2. Penyajian Data	45
4.2.1. Data Identitas Responden	45
4.2.2. Deskripsi Variabel	47
4.3. Analisis Data	52
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.2. Uji Reliabilitas	55
4.3.3. Analisis Fishbein	56
4.4. Pembahasan	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4. Rata-Rata Sikap Responden terhadap Kemasan Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	47
Tabel 4.5. Rata-Rata Sikap Responden terhadap Harga Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	48
Tabel 4.6. Rata-Rata Sikap Responden terhadap Kandungan Gizi Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	49
Tabel 4.7. Rata-Rata Sikap Responden terhadap Kandungan Rasa Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	50
Tabel 4.8. Rata-Rata Sikap Responden terhadap Promosi Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	51
Tabel 4.9. Analisis Validitas Variabel Kemasan	52
Tabel 4.10. Analisis Validitas Variabel Harga	53
Tabel 4.11. Analisis Validitas Variabel Kandungan Gizi	53
Tabel 4.12. Analisis Validitas Variabel Rasa	54
Tabel 4.13. Analisis Validitas Variabel Promosi	55
Tabel 4.15. Analisis Sikap Konsumen terhadap Kemasan Produk Marning pada Onta Jaya Kudus	56

Tabel 4.16.	Perhitungan Skala Nilai	57
Tabel 4.17.	Analisis Sikap Konsumen terhadap Harga Produk Marning pada Usaha Onta Jaya Kudus	58
Tabel 4.18.	Perhitungan Skala Nilai	58
Tabel 4.19.	Analisis Sikap Konsumen terhadap Kandungan Gizi pada Produk Marning pada Usaha Onta Jaya Kudus	60
Tabel 4.20.	Perhitungan Skala Nilai	60
Tabel 4.21.	Analisis Sikap Konsumen terhadap Rasa pada Produk Marning Usaha Onta Jaya Kudus	61
Tabel 4.22.	Perhitungan Skala Nilai	62
Tabel 4.23.	Analisis Sikap Konsumen terhadap Promosi pada Produk Marning Usaha Onta Jaya Kudus	63
Tabel 4.24.	Perhitungan Skala Nilai	63
Tabel 4.25.	Analisis Sikap Konsumen terhadap secara Keseluruhan terhadap Kemasan, Harga, Kandungan Gizi, Rasa dan Promosi pada Produk Marning Usaha pada Onta Jaya Kudus.....	65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Kerangka Pemikiran	29
--	----

